“PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK INDIHOME TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN”.

diajukan untuk memenuhi Syarat Penilaian Ujian Tengah Semester Mata Kuliah Metode Penelitian

Disusun oleh:

DESIANTY FITHRI WAHYUNI
1401144405

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2017

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sekilas Tentang PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, biasa disebut Telkom Indonesia adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia. Telkom mengklaim sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, dengan jumlah pelanggan telepon tetap sebanyak 15 juta dan pelanggan telepon seluler sebanyak 104 juta.

Telkom merupakan salah satu BUMN yang sahamnya saat ini dimiliki oleh Pemerintah Indonesia (52,56%), dan 47,44% dimiliki oleh Publik, Bank of New York, dan Investor dalam Negeri. Telkom juga menjadi pemegang saham mayoritas di 13 anak perusahaan, termasuk PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel).

Direktur Utama Telkom saat ini adalah Alex Janangkih Sinaga, menggantikan Arief Yahya yang telah menjadi Menteri Pariwisata di Kabinet Kerja Jokowi. Sumber dari https://id.wikipedia.org/wiki/Telkom_Indonesia , akses tanggal 06 Maret 2017 pukul 16.03.

A. Visi

Menjadi Perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* dan *Services* (“TIMES”) di kawasan regional.

B. Misi

- Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
- Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

Sumber dari http://www.telkom.co.id/ , akses tanggal 06 Maret 2017 pukul 16.34

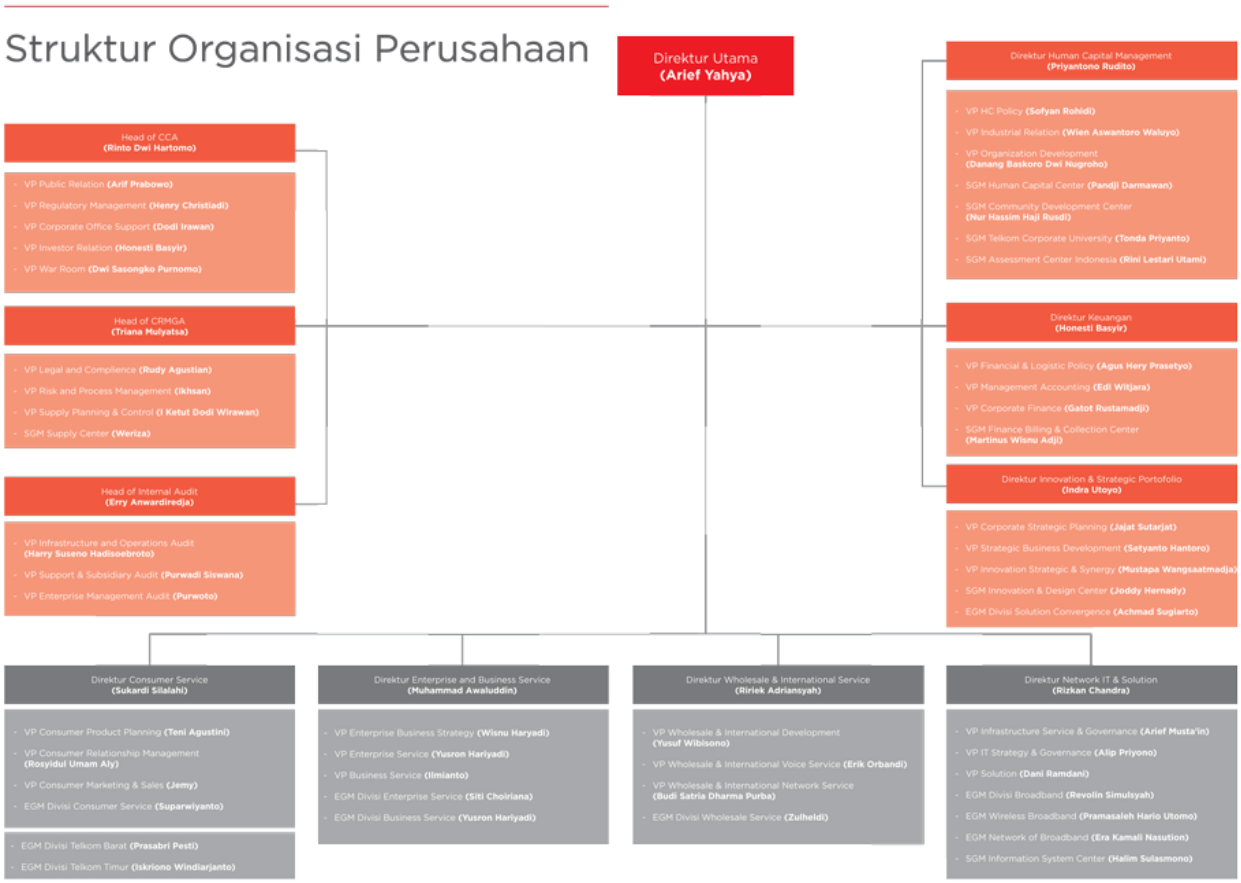
C. Logo dan Arti Perusahaan

- Merah – Berani, Cinta, Energi, Ulet : Mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
- Putih – Suci, Damai, Cahaya, Bersatu : Mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
- Hitam – Warna Dasar : Melambangkan kemauan keras.

- Abu – Warna Transisi : Melambangkan teknologi.

Sumber dari http://www.telkom.co.id/, akses tanggal 06 Maret 2017 pukul 16.54

D. Struktur



Sumber dari http://www.telkom.co.id/, akses tanggal 06 Maret 2017 pukul 16.41

E. Produk

Telepon : Telepon adalah salah satu layanan telekomunikasi yang disediakan Telkom melalui media pada berupa kabel tembaga atau optic. (SLI, SLJJ, Special Service, Inmarsat Group, Telkom Global)

Broadband : IndiHome Fiber merupakan layanan Triple Play dari Telkom yang terdiri dari Internet Fiber atau High Speed Internet (Internet Cepat), Interactive TV (UseeTV) dan Phone (Telepon Rumah).Kini, IndiHome hadir dengan paket layanan Dual Play yang terdiri dari telepon rumah (voice) dan internet(Internet on Fiber atau High Speed Internet).

Mobile : Telkomsel menyediakan layanan telepon seluler berbasis GSM dengan koneksi tercepat dan layanan terluas. (Kartu Simpati, Hallo, As, Loop, dll).

TV : USeeTV merupakan inovasi layanan yang menawarkan pengalaman baru dalam menonton televisi. Selain memberikan tayangan yang berkualitas, UseeTV Cable juga memberikan berbagai macam fitur yang tidak ada di penyedia layanan kabel lainnya, seperti Pause & Rewind TV, Video on Demand, Video Recorder dan lainnya.

Sumber dari http://www.telkom.co.id , akses tanggal 06 Maret 2017 pukul 17.06.

1.1.2 Sekilas Tentang IndiHome

IndiHome adalah salah satu produk dari proyek PT.Telkom Indonesia Tbk, dimana IndiHome diluncurkan pada tahun 2005. IndiHome dapat disebut penyedia 3 paket dalam 1 layanan yaitu terdiri dari telepon rumah, internet, dan layanan televisi namun IndiHome juga menyediakan 2 paket dalam satu layanan terdiri dari internet dan layanan televisi. Setelah diluncurkannya IndiHome para pengguna Speedy berlih menggunakan indihome karena Speedy telah dihilangkan dari tahun 2005.

A. Produk Indihome

Internet fiber : Layanan internet super cepat menggunakan fiber optik yang memiliki keunggulan cepat, stabil, handal dan canggih.

Telepon rumah : Komunikasi telepon dengan keunggulan biaya nelpon lebih murah dan kualitas suara yang jernih.

Tv interaktif : Pengalaman nonton lebih seru di UseeTV! Bisa playback hingga 7 hari dan bebas pilih channel TV favorit.

Sumber dari http://www.telkom.co.id/, akses tanggal 06 Maret 2017 pukul 20.36

B. Paket yang ditawarkan

IndiHome Paket Deluxe - Triple Play

IndiHome Fiber	Telepon Rumah	UseeTV	MeVIN	CATCHPLAY	iflix	Harga
10 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Essential	Basic	2+4* Bulan Bebas Nonton	3+6* Bulan Bebas Nonton	Rp. 478.000,-/Bulan

IndiHome Paket Premium - Triple Play

IndiHome Fiber	Telepon Rumah	UseeTV	MeVIN	CATCHPLAY	iflix	Harga
20 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Essential	Basic	2+4* Bulan Bebas Nonton	3+9* Bulan Bebas Nonton	Rp. 748.000,-/Bulan
30 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Essential Plus (HBO)	Basic	2+7* Bulan Bebas Nonton	3+9* Bulan Bebas Nonton	Rp. 1.018.000,-/Bulan
40 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Essential Plus (HBO)	Basic	2+7* Bulan Bebas Nonton	3+9* Bulan Bebas Nonton	Rp. 1.298.000,-/Bulan
50 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Extra (All Channels**)	Basic	2+10* Bulan Bebas Nonton	3+9* Bulan Bebas Nonton	Rp. 1.498.000,-/Bulan
100 Mbps	Gratis 1000 menit nelpon lokal / interlokal	Interactive TV Channels Extra (All Channels**)	Basic	2+10* Bulan Bebas Nonton	3+9* Bulan Bebas Nonton	Rp. 1.748.000,-/Bulan

Sumber dari http://www.telkom.co.id/, akses tanggal 06 Maret 2017 pukul 20.58

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman yang terus berkembang diikuti dengan teknologi yang terus berinovasi menuntut manusia untuk mencari informasi secara cepat, update dan berbasis digital. Sebagai salah satu inovasi dalam teknologi adalah televisi kabel, dimana teknologi ini muncul karena adanya peluang dari ketakutan masyarakat terdidik yang sadar atas isi program televisi saat ini. Program televisi yang ada selama ini kebanyakan berisi tayangan yang membosankan dan tidak sesuai dengan

jam tontonan seharusnya. Beberapa alasan itulah yang membuat penikmat televisi free to air berpindah ke televisi berlangganan.

Sumber dari media partners asia, 2012 menyatakan pertumbuhan pelanggan Tv berlangganan dari tahun 2007 hingga 2015 terus meningkat. Dengan banyaknya pengguna tv berlangganan, menjadikan peluang bagi beberapa pelaku bisnis untuk menyediakan jaringan internet (ISP *provider*) dan penyedia layanana televisi kabel.

Salah satu televisi berlangganan yaitu yang dimiliki oleh IndiHome. Dimana IndiHome itu adalah salah satu produk layanan dari Telkom Group berupa paket layanan yang terpadu dalam satu paket triple play meliputi layanan komunikasi, data dan entertainment seperti telepon rumah, internet (Internet on Fiber atau *High Speed Internet*) dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV (UseeTV). IndiHome juga dilengkapi dengan beragam layanan tambahan (add on) yang bisa dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan seperti Telepon Mania, wifi.id seamless, TrenMicro Antivirus, IndiHome View (online surveillance camera) dan masih banyak lagi. Sumber dari https://indihome.co.id/ , akses tanggal 06 maret 2017 pikul 15.37.

UseeTV merupakan layanan TV Interaktif pertama di Indonesia. Layanan TV berbayar (Pay TV) yang memberikan pengalaman baru. Anda tidak hanya menonton TV, tapi juga dapat memegang kendali seakan Anda sutradaranya. Selain memberikan tayangan yang berkualitas, UseeTV juga memberikan berbagai macam fitur yang tidak ada di penyedia layanan lainnya, seperti *Pause* & *Rewind* TV, Video on *Demand*, Video Recorder dan lainnya. Lebih asyiknya lagi, Anda bebas memilih channel premium pilihan. UseeTV, layanan TV interaktif yang seru dan lengkap. Sumber dari https://indihome.co.id/about-us , akses tanggal 06 maret 2017 pikul 15.37.

Dengan banyaknya televisi berlangganan, pelanggan akan lebih selektif dalam memilih dan mengguakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Banyaknya produk dengan keunggulannya masing-masing menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas judul yang dipilih adalah **"PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK INDIHOME TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN".**

1.3 Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang sudah dijelaskan, untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen, dengan demikian pertanyaan penelitiannya seperti berikut :

1. Apakah pelayanan dan kualitas indihome dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan ?

DAFTAR PUSTAKA

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Logo: Google Chrome [online]. Tersedia : http://www.telkom.co.id/ [Senin, 06 Maret 2017]

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Struktur: Google Chrome [online]. Tersedia : http://www.telkom.co.id/ [Senin, 06 Maret 2017]

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Produk: Google Chrome [online]. Tersedia : http://www.telkom.co.id/ [Senin, 06 Maret 2017]

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Harga Paket: Google Chrome [online]. Tersedia : http://www.telkom.co.id/ [Senin, 06 Maret 2017]

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Indihome: Google Chrome [online]. Tersedia : https://indihome.co.id/ [Senin, 06 Maret 2017]

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. UseeTV: Google Chrome [online]. Tersedia : https://indihome.co.id/ [Senin, 06 Maret 2017]

Wikimedia project dan mediawiki. Telkom Indonesia: Google Chrome [online]. Tersedia : https://id.wikipedia.org/wiki/ [Senin, 06 Maret 2017]

LAMPIRAN 1

PENELITIAN TERDAHULU

NO	Judul, Penulis, Nama Jurnal, Tahun dan penerbit	Perumusan Masalah	Metode/Teori yang digunakan	Variable dependen dan Variable Independen	Hasil atau jawaban d ari Penelitian (Perumusan Masalah)	Persamaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan	Perbedaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan
1	Integration of standardization and customization: Impact on service quality, customer satisfaction, and loyalty. Retailing and Costumer Service. Leila Agha Kasiria, Kenny Teoh Guan Chengb, Murali Sambasivanc, Samsinar Md. Sidind. 15 December 2016 Elsevier Ltd. All rights reserved.	1. Dapatkah standardisasi dan kustomisasi berdampingan dalam menawarkan layanan? Jika mereka bisa, lalu apa dampaknya pada kualitas pelayanan (teknis dan fungsional), kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan?	Kuantitatif dimana data dikumpulkan dengan menggunakan daftar pertanyaan dengan 5-point Likert skala dari "Sangat Tidak Setuju" (1-point) ke "Sangat Setuju" (5-point).. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling.	Variable dependen : kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan. Variable independen : integrasi standarisasi dan kostumisasi	1. Hasil penelitian menunjukkan standardisasi memiliki dampak kuat pada dimensi kualitas teknis dan fungsional kualitas layanan. Efisiensi dan manajemen yang efektif dari jasa menyebabkan persepsi kualitas layanan yang lebih baik di tiga layanan industri belajar di Malaysia. Dalam pengaturan layanan, hubungan ini sangat penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Peran mediasi kepuasan antara dimensi kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan telah ditemukan penting. Antara dua dimensi, kekuatan hubungan antara kualitas fungsional dan loyalitas melalui kepuasan adalah terkuat.	Menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuisioner dimana setiap pertanyaan di beri pont dengan skala 1-5 yang berarti 1 “Sangat tidak setuju ” dan 5 “Sangat setuju” selain itu tujuan penelitian sama yaitu ingin mengetahui dan mengukur pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.	Pengambilan data di tiga industry jasa yang berbeda (perhotelan, kesehatan, dan pendidikan) namun di penelitian yang sedang saya lakukan saya hanya memfokuskan kepada pelanggan yang menggunakan sebuah produk (indihome) di salah satu wilayah.
2	Market-Based Approach on the Customer Value and Customer Satisfaction and Its Implication on Customer Loyalty of Organic Products in Indonesia. Social and Behavioral Sciences. Hasnelly1, Eddy Yusuf, 2. 2012 Published by Elsevier Ltd.	Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap produk makanan organic? Apakah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pelanggan loyalitas produk makanan organic?	Kualitatif, dimana pengumpulan data di ambil dari lapangan dengan survey deskriptif dan explanatory. Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis jalur	Variable dependen : Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Organik di Indonesia Variavle independen : Pendekatan pasar berdasarkan Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan	Tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh citra, kepercayaan dan pentingnya hubungan dengan pelanggan. Nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan secara bersamaan berdampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan produk makanan organik yang meningkatkan nilai adalah pelanggan setia dan akan lebih kuat dan lebih tahan lama bahwa loyalitas pelanggan karena kebiasaan, pelanggan mereka adalah sangat terikat ingin melakukan pembelian secara terus-menerus, direkomendasikan itu dan selektif dalam memilih yang lainnya dari tempat yang berbeda.	Membahas tentang loyalitas pelanggan.	Penelitian ini meneliti tentang nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan sedangkan penelitian saya meneliti tentang bagaimana hubungan pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dapat

	Selection and/or peer-review under responsibility of the Asia Pacific Business Innovation and Technology Management Society.						mempengaruhi loyalitas pelanggan.
3	Customer loyalty in telecom service sector: the role of service quality and customer commitment. Costomer Loyalty in Telcom Service sector. Ernest Emeka Izogo. Accepted 7 March 2016 The TQM Journal Vol. 29 No. 1, 2017 pp. 19-36 Emerald Publishing Limited	Bagaimana perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui customer komitmen dengan memanfaatkan dua konstruksi kualitas pelayanan (jaminan layanan dan kehandalan layanan)?	Kuantitatif , dengan menyebarkan kuesioner di lokasi strategies (Kpiri Kpiri, CAS, Ogoja jalan, jalan Afikpo dan jalan Ezza).	Variable dependen : loyalitas konsumen Variable independen : komitmen konsumen memanfaatkan dua konstruksi kualitas pelayanan: jaminan layanan dan kehandalan layanan.	Pelanggan menganggap layanan lebih dapat diandalkan mungkin untuk pembelian kembali dan bahkan merekomendasikan layanan kepada pelanggan lainnya, bukan hanya janji belaka. Pelanggan menghargai perusahaan yang memberikan layanan yang handal (Ladhari dan Leclerc, 2013) dengan memamerkan perilaku loyalitas. Pengaruh komitmen kontinyu tidak signifikan secara statistik. Pengaruh komitmen afektif lebih dari dua kali lipat efek komitmen kontinyu. Alasan komitmen kontinyu adalah didorong oleh keadaan psikologis yang negatif yang sering tinggi dalam layanan telekomunikasi. Dengan demikian, organisasi pelayanan hanya akan menarik loyalitas sejati melalui afektif komitmen yang didorong oleh perasaan yang emosional positif pelanggan tentang merek. Dalam hal tertentu, perusahaan telekomunikasi dapat mengambil manfaat dari loyalitas pelanggan dengan mengejar gabungan strategi peningkatan jaminan pelayanan, kehandalan layanan, afektif dan keberlangsungan komitmen baik secara independen dan bersama-sama.	Pembahasan tentang apa yang harus perusahaan lakukan jika dalam penelitian ini tentang jaminan layanan dan kehandalan layanan untuk meningkatkan atau mendapatkan loyalitas konsumen	Perbedaannya adalah dalam penelitian saya tidak hanya membahas tentang pelayanan saja namun akan membahas yang lainnya seperti harga, kualitas, dll. Dan untuk respondennya saya akan menggunakan orang orang yang mengetahi, memakai atau pernah menggunakan Indihome.
4	The influence of customer satisfaction, switching cost and trusts in a brand on customer loyalty - the survey on	Apakah kepuasan pelanggan, beralih biaya, dan kepercayaan pada merek berpengaruh terhadap	Kuantitatif, analisis deskriptif dengan analisis regresi berganda. Penyebaran kuesioner pada 100 responden anak sekolahan	Variable dependen : Loyalitas Pelanggan Variable independen : Kepuasan pelanggan ,	Jika variabel kepuasan pelanggan dan variabel switching cost meningkat, loyalitas pelanggan akan meningkat. Namun, peningkatan kepercayaan pada merek akan tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan.	Persamaannya adalah variable independen dan dependennya sama.	Perbedaannya adalah produk yang berbeda dan sasaran responden yang berbeda.

	student as im3 users in Depok, Indonesia. Sri Minarti Ningsih , Waseso Segoro. 2014 Published by Elsevier Ltd	loyalitas pelanggan parsial dan simultan?	pengguna IM3.	Switching Cost , dan kepercayaan pada Brand			
5	Does relationship marketin improve customer relationsh satisfaction and loyalty?. Andreas Leverin. March 2006 International Journal of Bank Marketing Vol. 24 No. 4, 2006.	Apakah pelaksanaan strategi RM mengakibatkan kepuasan pelanggan dan perbaikan pelanggan dirasakan dalam hubungan perbankan, sehingga meningkatkan loyalitas?	Kuantitatif, dengan survey menggunakan sample acak dibantu dengan computer dan menyebarkan kuesioner kepada 2 segmen berbeda.	Variable dependen : kepuasan hubungan dan loyalitas Variable independen : hubungan pemasaran	Dalam penelitian ini menggunakan 2 segmen yang berbeda dengan sifat yang berbeda. Dari hasil kuesioner yang telah diolah menunjukan bahwa bagi segmen pertamaingin di nomor satukan dimana hubungan pemasaran tidak begitu berpengaruh atau tidak cukup itu saja karena mereka lebih mempertimbangkan tentang kompleksitas atau program bonus pada asset yang telah dia tabung atau simpan di bank tersebut. Namun untuk segmen kedua selain hubungan pemasaran sikap atau pelayanan yang baik juga membuat mereka menjadi loyal terhadap bank tersebut karena mereka merasa di hargai.	Variable dependennya samaa yaitu tentang kepuasan dan loyalitas konsumen. Dan untuk segmentasinya dalam penelitian saya akan di segmentasikan juga baik berdasarkan pendapata, usia, maupun wilayah.	Perbedaannya adalah produknya atau perusahaannya dan variable independennya.